

## **ALLEGATO 11 B**

### **SCHEMA DI RELAZIONE TECNICA PER L'APPALTO DEI SERVIZI NECESSARI ALLA REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE SULL'EDUCAZIONE FINANZIARIA PER IL MINISTERO DELL'ECONOMIA E DELLE FINANZE LOTTO 2**

**ID 2222**



La presente **RELAZIONE TECNICA** dovrà esser conforme al fac-simile di seguito riportato e firmata secondo le modalità descritte nel Disciplinare di gara.

La Relazione Tecnica: *(i)* dovrà essere presentata con font libero non inferiore al carattere 10; *(ii)* dovrà rispettare lo “**Schema di risposta**” di seguito riportato; *(iii)* dovrà essere contenuta entro le **30 (trenta) pagine** inclusi eventuali grafici e/o tabelle e dovrà essere redatto in formato power point.

Il documento PPT, contenente la proposta creativa, dovrà contenere la sintesi dell’analisi del target, le indicazioni di planning e la strategia media.

Inoltre, il concorrente dovrà formulare la proposta creativa, anche attraverso un simple di storyboard di un video di 30 secondi e la declinazione dell’idea creativa su almeno tre mezzi di comunicazione tra quelli previsti in capitolato.

Si precisa che:

- nel caso in cui il numero di pagine della Relazione Tecnica sia superiore a quello stabilito, **le pagine eccedenti non verranno prese in considerazione dalla Commissione ai fini della valutazione dell’offerta**;
- nel numero delle pagine stabilito non verranno in ogni caso computati l’indice e l’eventuale copertina della Relazione Tecnica nonché video, ecc.

Si rappresenta che la Commissione procederà alla valutazione della sola Relazione Tecnica e dei video.

Si rappresenta che il Concorrente è tenuto ad indicare analiticamente le parti dell’Offerta contenenti segreti tecnici o commerciali, ove presenti, che intenda non rendere accessibile ai terzi.

**L’offerta tecnica dovrà essere comunque predisposta al fine di consentire alla Commissione la valutazione della stessa, sulla base dei criteri di valutazione indicati al paragrafo 18 del Disciplinare di gara.**



<INSERIRE TALE DICHIARAZIONE NEL PARAGRAFO “PREMESSA” DELLA RELAZIONE TECNICA>

#### DICHIARAZIONE DI OFFERTA TECNICA

PER L'APPALTO DEI SERVIZI NECESSARI ALLA REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE SULL'EDUCAZIONE FINANZIARIA PER IL MINISTERO DELL'ECONOMIA E DELLE FINANZE  
LOTTO 2

La \_\_\_\_\_, in persona del \_\_\_\_\_ e legale rappresentante avente i poteri necessari per impegnare l'impresa nella presente procedura \_\_\_\_\_, *(in caso di R.T.I. o consorzio di concorrenti, indicare tutte le imprese raggruppande, raggruppate, consorziate o consorziande) (di seguito, per brevità, il concorrente)*

#### DICHIARA

anche ai sensi dell'art. 47 D.P.R. 445/2000, quanto segue per la procedura indetta dalla Consip S.p.a. “Gara a procedura aperta ai sensi del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. per l'affidamento dei servizi necessari alla realizzazione di una campagna nazionale di informazione e sensibilizzazione sull'educazione finanziaria per il Ministero dell'Economia e delle Finanze”, che:

- i servizi offerti rispettano i requisiti minimi indicati nel Capitolato Tecnico;

Il concorrente dichiara altresì che tutti i servizi e gli ulteriori adempimenti oggetto del presente appalto saranno eseguiti nel rispetto di quanto prescritto nel Capitolato Tecnico e negli atti di gara.



## **SCHEMA DI RISPOSTA**

### **RELAZIONE TECNICA LOTTO 2**

PER L'APPALTO DEI SERVIZI NECESSARI ALLA REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE SULL'EDUCAZIONE FINANZIARIA PER IL MINISTERO DELL'ECONOMIA E DELLE FINANZE  
LOTTO 2

### **FAC SIMILE INDICE**

#### **PREMESSA**

**<INSERIRE LA DICHIARAZIONE COMPILATA DI CUI AL PRECEDENTE PARAGRAFO, IN QUANTO PARTE INTEGRANTE DELLA RELAZIONE TECNICA>**

#### **PROPOSTA CREATIVA**

**LA PROPOSTA CREATIVA VERRA' VALUTATA ANCHE ATTRAVERSO UN SIMPLE DI STORYBOARD DI UN VIDEO DI 30 SECONDI E LA DECLINAZIONE DELL'IDEA CREATIVA SU ALMENO TRE MEZZI DI COMUNICAZIONE TRA QUELLI PREVISTI IN CAPITOLATO.**

#### **Criterio n. 2.1: Coerenza del progetto creativo con gli obiettivi espressi nel capitolato.**

Sarà valutata la coerenza complessiva di tutte le componenti del progetto (obiettivi, strategia, target e tono della comunicazione) ed in particolare la coerenza tra la creatività proposta e gli obiettivi espressi nel capitolato tecnico.

#### **Criterio n. 2.2: Efficacia del progetto creativo.**

Sarà valutata l'aderenza allo stile e al tono descritto in capitolato nonché la capacità del progetto di impressionare i target di riferimento.

#### **Criterio n. 2.3: Innovatività del progetto editoriale rispetto alle campagne pubblicitarie di pubblica utilità sinora realizzate.**

Sarà valutata l'innovatività, sia in termini di modalità di veicolo del messaggio, nonché in termini di originalità dei contenuti nel rispetto degli obiettivi espressi nel capitolato stesso.

---

Classificazione del documento: Consip Public

Gara a procedura aperta ai sensi del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. per l'affidamento dei servizi necessari alla realizzazione di una campagna nazionale di informazione e sensibilizzazione sull'educazione finanziaria per il Ministero dell'Economia e delle Finanze

Allegato 11 b – Schema di Relazione Tecnica - lotto 2

**Criterio n. 2.4:**

Numero di campagne realizzate negli ultimi 3 anni	Offerta
da 2 a 5 campagne = 3 punti	
oltre le 5 = 5 punti	

**Notre di compilazione:** Il concorrente dovrà indicare la soluzione proposta (X).

**PIANO MEZZI**

La proposta di piano mezzi dovrà indicare chiaramente i mezzi ritenuti più idonei per la buona riuscita della campagna.

Ognuno dovrà essere corredato da slide contenente le informazioni idonee ad individuarne l'efficacia informativa e comunicativa, supportata da fonti certificate a livello nazionale (ad es. Nielsen, Auditel, Audiweb etc.), nonché indicazioni di dettaglio sugli spazi che l'Aggiudicatario si propone di pianificare per ciascuno dei mezzi, quali:

- per gli strumenti tradizionali offline (a titolo esemplificativo e non esaustivo): il tipo di impianto, la sua ubicazione, il numero degli impianti/poster, la durata ed il periodo dell'esposizione, le dimensioni degli impianti, il tipo di formato; in caso di affissione dinamica, anche il posizionamento sui mezzi di trasporto, le linee bus o metropolitane scelte il tutto con corredo di immagini che esemplifichino; tipologia (quotidiano, periodico) la tiratura, il formato, la collocazione della pagina dedicata allo spazio pubblicitario, il numero delle uscite, il periodo, il corredo di immagini esemplificative;
- per gli strumenti web e digital (a titolo esemplificativo e non esaustivo): il tipo di spazio (ad esempio banner, leaderboard, skin page, preroll, wallpaper, masthead video, ecc..) i siti web specifici, la collocazione in home o pagina interna, la frequenza, l'utilizzo, se display o mobile, con corredo di immagini che esemplifichino;
- per gli strumenti innovativi (a titolo esemplificativo e non esaustivo): tipologia, posizionamento, la durata ed il periodo dell'esposizione, i database specifici da cui attingere.

**Criterio n. 2.5: Analisi del target di riferimento**

Sarà valutata la coerenza del mix proposto in termini di scelta dei mezzi di diffusione nel piano con l'analisi dettagliata del target di riferimento primario e secondario

**Criterio n. 2.6: Capacità di copertura del target con mezzi digitale:** calcolato come CTR (Click Through Rate) al sito [www.Quellocheconta.gov](http://www.Quellocheconta.gov) e aumento dei follower sul profilo facebook del Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria.

Classificazione del documento: Consip Public

Gara a procedura aperta ai sensi del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. per l'affidamento dei servizi necessari alla realizzazione di una campagna nazionale di informazione e sensibilizzazione sull'educazione finanziaria per il Ministero dell'Economia e delle Finanze

Allegato 11 b – Schema di Relazione Tecnica - lotto 2



CTR (Click Throught Rate) al sito <a href="http://www.Quellocheconta.gov">www.Quellocheconta.gov</a> e aumento dei follower sul profilo facebook del Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria	Offerta
CTR (Click Throught Rate) da 0,5 a 2 e da 15% a 25% di aumento di follower rispetto ai 20.748 attuali = 5 punti	
CTR (Click Throught Rate) da 2,1 a 5 e 26% a 40% di aumento di follower rispetto ai 20.748 attuali = 8 punti	
CTR (Click Throught Rate) da 5,1 a 7 e 41% a 50% di aumento di follower rispetto ai 20.748 attuali = 10 punti	
CTR (Click Throught Rate) oltre 7 e oltre il 50% di aumento di follower rispetto ai 20.748 attuali = 12,5 punti	

**Note di compilazione:** Il concorrente dovrà indicare la soluzione proposta (X).

**Criterio n. 2.7: Capacità di copertura del target con altri mezzi:**

GRP (Gross Rating Point):	offerta
GRP (Gross Rating Point) da 40 a 50= 5 punti	
GRP (Gross Rating Point) da 51 a 70= 8 punti	
GRP (Gross Rating Point) da 71 a 100= 10 punti	
GRP (Gross Rating Point) oltre i 100= 12,5 punti	

**Note di compilazione:** Il concorrente dovrà indicare la soluzione proposta (X).

**Criterio n. 2.8:** Reportistica per la corretta valutazione della campagna, nonché metodologia proposta per le analisi ex post

**DOCUMENTAZIONE COPERTA DA RISERVATEZZA**

*(Nel presente paragrafo il concorrente è tenuto ad indicare analiticamente le parti della documentazione presentata che ritiene coperte da riservatezza, con riferimento a marchi, know-how, brevetti ecc..)*

\_\_\_\_\_, lì \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(firmato digitalmente)

Classificazione del documento: Consip Public

Gara a procedura aperta ai sensi del D.Lgs. 50/2016 e s.m.i. per l'affidamento dei servizi necessari alla realizzazione di una campagna nazionale di informazione e sensibilizzazione sull'educazione finanziaria per il Ministero dell'Economia e delle Finanze

Allegato 11 b – Schema di Relazione Tecnica - lotto 2